

Регулирование отношений в цепи поставок товаров

18 марта 2015 года, Киев

Хенрик Данусевич
президент Ассоциации Торговцев Латвии
советник Европейской Комиссии по торговле

Сеть торговых поставок (B2B) - важный элемент Европейской экономики.

Розничные услуги:

- составляют 4,3% валового дохода ,
- обеспечивают 8,3% рабочих мест ,
- занимают 17% МСП.

Цель политики регулирования в этой сфере – обеспечить хорошее функционирование цепи поставок B2B для полнейшего использования экономического потенциала ЕС.

В центре внимания – добро потребителя

Растущая концентрация и вертикальная интеграция в мировом и европейском производстве в последующие 20 лет изменила структуру поставок и продаж.

В результате этих процессов узкая группа предприятий по обе стороны торговых поставок имеет значительное влияние на процесс переговоров.

Top 10 FMCG Companies World 2014

1. Nestle S.A.
2. The Procter & Gamble Company
3. Anheuser-Busch InBev (Budweiser, Stella Artois, Corona...)
4. Philip Morris International Inc.
5. Coca-Cola Company
6. Pepsico Inc.
7. Unilever
8. British American Tobacco
9. L'oreal
10. Mondelez International, Inc. (Barni, Belvita, TUC...)

В 2009 года Европейская Комиссия провела обследование рынка и торговые поставки и констатировала **ряд проблем:**

- недостаточная прозрачность рынка,
- неравные позиции в переговорах,
- ограничение конкуренции.

Существующие регулирования в ЕС:

- План действия в Европейской розничной торговле (Европейский парламент (11. 12. 2013. [2013/2093\(INI\)](#))
- Зеленая книга Европейской комиссии о нечестной коммерческой практике в взаимоотношениях предприятий в цепях поставки товаров в Европе (31.01.2013. COM/2013/037).

– директива **о рекламе вводящей в заблуждение и сравнительной рекламе** - 2006/14/ES ,

– директива **о просроченных платежах** (до 60 дней).

Определяет *право на проценты* за просрочку (ставка рефинансирования ЕЦБ) и *компенсацию расходов* на взыскание долга (минимум 40 евро за долг) -2011/7/ES

Нечестная практика (НП) это как правило навязывание несправедливых условий более слабому партнеру.

В основном это **результат ат неравной условной величины / оборотов / долей рынка. Эти практики могут быт ь обоюдные**, как со стороны поставщика (производителя), так и покупателя (торговца).

ЕК считает, что НП влияет отрицательно на развитие выбора товаров и инновации в розничную торговлю, а также препятствует торговле через границы.

Виды НП:

- 1) Нечестные условия договора (права, обязанности, санкции)
- 2) Отсутствие письменного договора (нет доказательств условий договоренности)
- 3) Изменение условий с обратной силой (скидки, платежи, расходы)
- 4) Нечестный перенос коммерческого риска (например, за краденный товар, развитие новых технологий),
- 5) Нечестное использование информации (разработка конкурирующего продукта)
- 6) Нечестное завершение коммерческих отношений (неожиданное, необоснованное)
- 7) Ограничение территориальной доставки (сохраняют различия цен по государствам)

Регулирование В2В от ношений:

- 1) Закон по конкуренции – относится к доминирующим предприятиям
- 2) Гражданское и коммерческое право – относится к действиям *contra bonos more*, которые не законны ибо не соблюдают принципы морали, справедливости, доброй веры и лояльности
- 3) Добровольные кодексы действия (Португалия, Словения, Испания, Бельгия, Великобритания, Латвия, создаются в Голландии и Ирландии)
- 4) Регулирование продовольственной отрасли (Венгрия, Италия)
- 5) Европейская Комиссия в 2014 году с 11 из 13 общеевропейскими организациями производителей и торговцев подписала соглашение о принципах честной практики в В2В отношениях

Примеры принципов В2В в добровольном кодексе

- 1) Договор в письменной форме
- 2) Условия поставки и стандартный договор представляются в течении 14 дней, ответ на предложение обязателен (не чаще одного раза в год)
- 3) Запрет на подарки и платежи сотрудникам
- 4) Поставщик не платит за вывоз товара, если порча товара по вине торговца или заказ не согласован с поставщиком
- 5) Информировать о лотереях и других акциях продвижение товаров
- 6) Запрет на запрос снижения цены после поставки
- 7) Запрет на компенсацию рыночных исследований, упаковки, мотивации сотрудников
- 8) Запрет на навязывание ассортимента поставки и минимального объема закупки